



AEBRAND[®]
ASOCIACION ESPAÑOLA
DE EMPRESAS DE BRANDING

Nuestra misión es promover, prestigiar y divulgar el branding
ante todos nuestros públicos en España



Índice

Prólogo

Quiénes somos

Órganos de gobierno

Nuestra visión del branding

Misión de AE BRAND

Fines

Código ético y conducta AE BRAND

¿Qué es Branding?



Prólogo



Víctor Mirabet
Presidente AE BRAND
www.aebrand.org

Queridos Colegas,

Tengo el placer de presentaros AE BRAND, Asociación Española de Empresas de Branding, y única asociación de referencia para nuestra industria.

AE BRAND nace como una iniciativa común de 17 consultoras y agencias que comparten una visión, una filosofía y el objetivo de representar, promover, apoyar y defender el branding como una práctica relevante, necesaria y eficaz de gestión para las empresas, las instituciones, los territorios y los gobiernos.

La gestión inteligente de las marcas siempre aporta valor, riqueza y competitividad, algo especialmente útil y relevante en la España de hoy. El branding posibilita la creación de una economía nacional (macro) y de empresa (micro) mejor, más global, competitiva, innovadora y rentable.

Queremos conectar con todos nuestros públicos y contribuir a que el branding ayude y permita avanzar y guiar a todos nuestros sectores, económicos, políticos y sociales.

En branding queda mucho por hacer. A todos los niveles. En todos los sectores. Con AE BRAND aportamos nuestro grano de arena a las mejores prácticas y a los mejores resultados de gestión.

Nos alegra observar que el branding está hoy más vivo que nunca. Prueba de ello es la amplia acogida que ya ha tenido la iniciativa de salida. Y confiamos que en un futuro próximo se nos unan muchas otras compañías.



AEBRAND nace como iniciativa de reconocidas consultoras y agencias dedicadas al branding, motivadas por la creciente necesidad, importancia y oportunidades desarrollo del branding en España.

addison

Allegro²³⁴



batllegroup



Branward.



ESSENTIEL
DESIGN



COLUMNA
BRANDSTRATEGY
&COLORS

CuldeSac™

FutureBrand
.....

Humana
Texto a estudiar por los socios

Interbrand



La Cía.
DE BRANDING, PACKAGING,...



morillas

-mo
ve

Saffron

SUMMA:

VicençMarco:Design



Quiénes somos

AE BRAND, Asociación Española de Empresas de Branding es la primera y única asociación de compañías especialistas de branding en España.

Nace como iniciativa de 17 destacadas compañías de branding que comparten una misma filosofía y visión del branding, su necesidad, su potencial y las oportunidades de gestión que significan para todos.

AE BRAND no tiene ánimo de lucro, y agrupa a las empresas con sede en España más relevantes del país, y cuya actividad principal (core business) es el branding en cualquiera de sus manifestaciones, modalidades y práctica.

AE BRAND esta orientada a instituciones, estamentos y órganos públicos ó privados, foros, asociaciones, comunidad académica, clientes, empresas y a la sociedad.

Órganos de gobierno

La junta de AE BRAND esta constituida por:

- | | |
|--|-------------------------------|
| Presidente | Víctor Mirabet (Coleman CBX). |
| Vicepresidente | Jacob Benbunan (Saffron). |
| Tesorero | Pau Dueñas (Morillas). |
| Vocal de marketing y comunicación | Alfredo Fraile (Interbrand). |
| Vocal organización y secretariado | Enric Batlle (Batlle Group). |



Nuestra visión del branding

Entendemos que la marca es un activo de gestión corporativo cada vez más relevante, estratégico y valioso en un entorno cada vez crecientemente competitivo, global y cambiante para todos, ya se trate de empresas, instituciones públicas o privadas, territorios, personalidades, gobiernos o países.

El progreso y avance del branding, como disciplina que contribuye a la construcción de marca y de valor, ha sido imparable y muy notable en los últimos tiempos. Lo es actualmente y lo será aún más en el futuro, como consecuencia de una mayor competitividad y globalización. Las primeras economías necesitan conquistar, blindarse y defenderse; las nuevas economías emergentes, están entrando con marcas que cada vez empujarán más y serán más globales.

Los “términos medios” deberán transformarse para no quedar vulnerables, y las marcas con-

tribuirán a esa transformación del mapa y a esos roles económicos.

Este avance y trayectoria está exigiendo ya y exigirá en un futuro una industria del branding preparada, responsable, profesionalmente avanzada y bien representada para cumplir con su rol económico y empresarial. Al mismo tiempo, deberá cumplir con todas las expectativas y demandas de la sociedad, construir puentes de diálogo, comprometerse y apoyar a todos los estamentos (actores, usuarios y operadores) hacia la construcción de competitividad, de ventaja, de innovación, de diferencia y de globalización, a través del branding y las marcas.

AE BRAND se orienta, en sus fines y actividades, precisamente hacia esta visión, hacia este rol y estas expectativas.

Misión de AE BRAND

Representar, promover, posicionar y defender la actividad del branding y las marcas como disciplina profesional y gestora, como activo intangible de enorme valor, como ventaja competitiva, como factor de innovación y de futuro para nuestras empresas y para nuestra economía nacional.



Fines

- 1** AE BRAND tiene como objetivo **representar**, ser respetada y ser reconocida como la asociación empresarial de referencia de la industria del branding en España.
- 2** Promover, posicionar, informar, defender, valorizar, prestigiar y divulgar de forma responsable las ventajas, beneficios e intereses del branding y la función del “brander” ante toda la sociedad y públicos, como motor económico y de rentabilidad, de innovación, progreso y futuro económico y social para el país.
 - 3** Asegurar la sostenibilidad, su plena extensión, **desarrollo** y **continuidad** del branding en España.
- 4** Promover estándares de excelencia profesional, basados en un **comportamiento ético** en el ejercicio de nuestra profesión, en torno a nuestros valores y en nuestro código de conducta, que permita su normal desarrollo en todos los ámbitos.
 - 5** Construir un foro útil para el diálogo, la transmisión, el fomento del conocimiento, el fortalecimiento mutuo y el intercambio de experiencias en branding con nuestros públicos y entre nuestros asociados.
- 6** Ofrecer, gracias al enorme conocimiento y experiencia acumulada, una visión, una ayuda, unos patrones, **asistencia**, **guías**, reflexión e información orientada a nuestros públicos.
 - 7** Apoyar cualquier cambio favorable o necesario que permita que la marca y el branding puedan seguir desarrollándose, prestigiándose y valorándose en nuestro país.
- 8** Identificarse con el rol, con los asuntos de actualidad y/o **preocupaciones económicas o sociales en el campo del branding** y abordarlos desde un criterio ético, profesional y solvente.
 - 9** Ayudar a nuestros asociados en la defensa y el ejercicio normal y pleno de nuestra profesión, de forma que perciban un **valor asociativo útil y eficaz** que nos permita cumplir de forma responsable ante nuestros grupos de interés, preservando al mismo tiempo su función de industria económicamente sostenible en el futuro.



Código ético y conducta AE BRAND

Entendemos que el rol del branding y el de sus operadores se ha convertido en una actividad cada vez más relevante para todos nuestros agentes económicos. Las marcas y su gestión intervienen y afectan cada vez más y con mayor frecuencia tanto a las relaciones e intereses entre todos nosotros y con los distintos públicos y stakeholders, como con la sociedad en general.

Nuestras marcas necesitan por tanto una gestión profesional, estratégica, cuidadosa, excelente y responsable, especialmente por parte de aquellos profesionales que operan habitualmente con ellas.

Nuestros valores y nuestro código ético, junto con nuestra excelencia profesional, inspiran nuestras relaciones con todos nuestros públicos y con la sociedad.

Nuestro decálogo:

- a) Secreto profesional, confidencialidad y privacidad absoluta** de los datos e información que se maneja en nuestro trabajo. La prudencia, la seguridad, la reserva y la discreción en su uso.
- b) Solvencia, competencia, capacidad y diligencia profesional probadas.** Ayudar, orientar y resolver los problemas o las oportunidades que plantean a clientes, las instituciones o los usuarios y nuestros stakeholders en general.
- c) Excelencia, mejores prácticas y promoción del prestigio.**
- d) No ofender los valores y principios básicos de instituciones, asociaciones, de la sociedad, clientes o consumidores.** No manipular, ni practicar fraude. Respetar el derecho a información de terceros.
- e) Transparencia, honestidad e integridad profesional.** No dañar la imagen o la reputación de terceros e informar en caso de posibles conflictos de intereses.
- f) Neutralidad ideológica y política.**
- g) Actitud abierta, profesional, positiva y de cooperación con todos nuestros públicos.**
- h) Dignidad y respeto mutuo entre todos y para todos. Respeto hacia la diversidad de las empresas y las personas.**
- i) Independencia de opinión, de forma de pensar y de actuar frente a cualquier otro interés, colectivo o estamento.**
- j) Cumplir con la legalidad y los derechos vigentes.**



¿Qué es Branding?

- 1** El branding es una disciplina de gestión moderna, propia y desarrollada en todo el mundo con una praxis probada y eficaz de más de 50 años. Hoy es ya una disciplina especializada que se articula dentro de la actividad general de gerencia, marketing, comunicación o relaciones externas, y que se articula con otros departamentos funcionales de la empresa, según su grado de orientación a marca y el branding. Entendemos que la marca llega a inspirar políticas, estrategias y programas totales en las organizaciones, traspasando fronteras departamentales.
- 2** La disciplina del branding cuenta ya con una praxis, herramientas, procesos, modelos de gestión, conocimientos, medios y recursos específicos para cumplir los objetivos concretos de marca que se le plantean.
- 3** En AE BRAND entendemos que:
“Branding es la gestión inteligente, estratégica y creativa de todos aquellos elementos diferenciadores de la identidad de una marca (tangibles o intangibles) y que contribuyen a la construcción de una promesa y de una experiencia de marca distintiva, relevante, completa y sostenible en el tiempo”.
- 4** AE BRAND es una asociación abierta, integradora e incluyente, que arropa y apoya la propia diversidad de prácticas de branding que existen. Está abierta y es sensible a la evolución que está experimentando el branding como disciplina viva y en desarrollo.
- 5** Por tipos de Branding, distinguimos actividades como:
 - Branding estratégico (consultoría, planificación estratégica de los activos e identidad de marca).
 - Branding de productos y servicios.
 - Branding de eventos, lugares, territorios y países.
 - Branding corporativo (compañías, instituciones, organismos...).
 - Branding de entornos comerciales.
 - Branding Digital.
- 6** Por su naturaleza, sus funciones y prácticas, distinguimos dentro del branding actividades, como:
 - Branding conceptual.
 - Branding visual.
 - Branding verbal.
 - Branding sensorial (sabores, olores, sónico, tátil).
 - Branding de conductas, actitudes e implicación de marca (Brand Engagement).
 - Branding personal.



AEBRAND®
ASOCIACION ESPAÑOLA
DE EMPRESAS DE BRANDING

C/ Gustavo Fernández Balbuena 11, Bajo A.
28002 Madrid.

TEL. (34) 91 184 59 65

FAX. 91 351 18 58

info@aebrand.org

www.aebrand.org